

**«ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ»
КАК НАУЧНАЯ И УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА:
ОТ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ
К ИНТЕРАКЦИОНАЛЬНОЙ ПАРАДИГМЕ**

Первые теории коммуникации традиционно связываются с введением в философский и научный оборот и массированным распространением термина «коммуникация». Необходимость в нём появилась в связи с развитием, с одной стороны, философии языка и аналитической философии и, с другой стороны, таких дисциплин, как психология личности, социология и социальная психология, а также кибернетика и семиотика. Такие философы, как В. Гумбольдт, К. Ясперс, Ч. Пирс, Л. Витгенштейн, Э. Кассирер и позже – М.М. Бахтин, Д. Остин, Д. Сёрль, Х. Патнэм и многие другие, занимавшиеся проблемами языка и общения, формулируют одни из главных вопросов, касающихся языкового взаимодействия между индивидами. Какова природа языка и как он соотносится с миром? Как мы познаём и отражаем мир с помощью языка? Как возможно взаимопонимание между людьми, использующими один язык и имеющими различный опыт? Как мы распознаём смысл в высказываниях? Как формируется система социальный мир в коммуникации? Многие из предложенных философами решений этих проблем легли в основу эмпирических наук и прикладной деятельности.

Так, сегодня принято считать, что познание окружающего мира возможно только в условиях коммуникации: без социального взаимодействия, в ходе которого мы используем определенную систему языка как совокупности знаков, отсылающих нас к тем или иным предметам действительности, мы не можем понять, систематизировать и обобщить явления действительности. Еще одной общепринятой сегодня идеей, пришедшей из философии языка, является то, что наше мышление в значительной степени предопределяется тем языком, который мы используем. Ряд современных направлений науки и прикладной деятельности (например, реклама и связи с общественностью) строятся на следующей философской идее: язык не только отражает, но и конструирует действительность, а объективный мир, в котором мы живём, является следствием «общественного договора», коммуникации между индивидами и группами, без которой не только наше представление о мире, но и сам мир был бы неструктурированным, непредсказуемым и неуправляемым. Социальный мир – это следствие коммуникационных процессов, а по мнению некоторых авторов (например, немецкого социолога Никласа Лумана) – и есть сама коммуникация.

В исследованиях XX века коммуникативная проблематика получила два основных вектора развития. Во-первых, это структурно-функциональное направление, в соответствии с которым любой коммуникационный процесс или событие мыслится в аспекте его структурных компонентов, реализующих определённые функции и тем самым определяющих устойчивость всей системы

взаимодействия. Во-вторых, это интеракционный подход, в рамках которого коммуникация интерпретируется как непрерывный циклический процесс совместного смысловотворчества и взаимной интерпретации и реинтерпретации речевых и коммуникативных актов. Как поясняет В.Б. Кашкин, «для первого подхода внешняя среда создаёт шум, является помехой, для второго – внешняя среда является контекстом коммуникации. Вторая парадигма в большей степени отражает реальность именно человеческого коммуникативного взаимодействия» (Кашкин, <http>).

Со структурно-функциональной точки зрения, коммуникация – это проектируемый, управляемый и (количественно) измеряемый процесс, содержание и характер которого определяется функциональностью каждого из элементов социальной и технической систем, участвующих в передаче и получении информации. Поскольку коммуникационный процесс здесь мыслится как своего рода «проект», реализуемый в социальной среде, то одним из ключевых концептов структурно-функциональной теоретической модели коммуникации является «эффективность». Критерии эффективности коммуникации непосредственно связываются в структурном функционализме с количественными показателями «работы» каждой «единицы» структуры коммуникации (средств общения, каналов коммуникации, кода, адресатов и т.д.). Ещё одним важным атрибутом такого взгляда на коммуникацию является установка на соотнесение результата коммуникации с интенциями (а также идеями, мотивами, целями, ценностями) коммуникатора. Наиболее известными теоретическими моделями коммуникации (несмотря на то, что их авторы и не определяли себя как представителей структурного функционализма) являются модели Лассуэлла и Шеннона. Соответственно, эти же представления о коммуникации реализуются в профессиональной сфере в виде конкретных практических установок на моделирование *субъект-объектных* отношений между коммуникатором и аудиторией. Коммуникатор понимается в этой связи как тот, кто буквально конструирует коммуникацию, и следствием такого конструирования является формирование определённого социального порядка.

В то же время, этот подход уже долгое время является объектом критики на Западе, и основными претензиями со стороны его оппонентов является то, что он не чувствителен ни к динамичной, интерактивной, диалогичной природе коммуникации, ни к её генерирующему характеру по отношению к нормативной системе, регулирующей саму коммуникацию. Коммуникация – особенно её повседневные межличностные формы и тем более в условиях современного информационного (интерактивного) общества – далеко не всегда определяется исключительно интенциями и мотивами коммуникатора и «предустановленными» нормами института, в рамках которого происходит взаимодействие. Вполне типичным в таких случаях является не столько воспроизводство, сколько конструирование норм коммуникации, а институциональные практики *не отражаются* в коммуникации, *а формируются и реформируются* в каждом конкретном коммуникативном событии.

Интеракционный подход в большей степени ориентирован на учёт не столько идеологически, институционально и прагматически обусловленного процесса управления коммуникационными системами и процессами, сколько интеракционных установок и социально-созидающей роли коммуникации и коммуникантов. Как отмечает О.И. Матьяш, описывая современные коммуникативистские парадигмы на Западе, коммуникация – это «не просто процесс обмена информацией, это процесс создания некой общности, в котором мы осмысливаем информацию и соотносим наши смыслы со смыслами наших коммуникативных партнеров, создавая таким образом определенную степень взаимопонимания. При этом происходит не столько самовыражение и передача-прием уже сформированных смыслов, сколько совместное смылосозидание. Сколько бы мы, например, ни старались порой спланировать, проиграть в голове предстоящий с кем-либо разговор, реальный разговор никогда не разворачивается точно так, как мы его себе представляли. Реальное течение разговора конструируется высказываниями, реакциями на высказывания и осмыслениями этих реакций одновременно каждым из участников» (Матьяш 2004: 104). Это замечание справедливо и в отношении групповой и массовой коммуникации, в которых незапланированная реакция аудитории является не столько свидетельством «сбоя» в однонаправленном процессе информационного воздействия со стороны коммуникатора, сколько естественным событием в конкретном контексте социального взаимодействия. Соответственно, ключевым концептом в интеракционализме является не «эффективность» коммуникации, а «интерпретация» и «реакция» всех участников на коммуникативные действия друг друга. Конструирование социальной реальности трактуется здесь как совместный и, что не маловажно, нелинейный и бесконечный процесс, основанием которого выступают *субъект-субъектные* отношения между коммуникантами.

Критика структурного функционализма в современной коммуникативистике связана отнюдь не с изъянами в его логических построениях или его недостаточной научностью. Она вызвана социальными и технологическими преобразованиями в современном обществе. Новейшие средства коммуникации (главным образом, Web 2.0 и 3.0, цифровые и мобильные технологии) сделали возможным в большей степени открытый, диалогичный, неиерархизированный способ взаимодействия между участниками практически всех видов коммуникации – в том числе, массовой и корпоративной. Становится очевидной в большей или меньшей степени демократизация медиасферы и медиадискурса (Короченский 2007). Более того, мы являемся свидетелями девальвации ценностей массового общества и трансформации последнего в т.н. «индивидуализированно-массовое». Соответственно, монологичное «вещание» коммуникатора «на массы», в результате которого реализовывались бы его интенции или прагматический план (например, «внедрялись» идеи в общественное сознание, формировалась «картина мира», навязывалась воля или идеология, происходило скрытое манипулирование сознанием и т.п.) представляется в современных полифоничных и полицентричных условиях технологическим и социальным анахронизмом.

В отечественной науке о коммуникации и, как следствие, в образовательной среде структурно-функциональный подход получил большую популярность. Причины этого, по мнению О.И. Матьяш и С. Биби, – преимущественно социально-политические (Матьяш, Биби 2003). Структурно-функциональный взгляд на коммуникацию до сих пор (на протяжении уже многих десятилетий) является доминирующим в отечественных учебниках. В то же время доминирующей парадигмой науки о коммуникации и коммуникативного образования на Западе является интеракционализм с его приматом консенсусного, диалогического и прагматического характера и самой коммуникации, и обучения коммуникативной компетентности.

Внедрение этих двух подходов в практику коммуникативного образования и систему профессиональной подготовки сопровождается рядом следствий и имеет соответствующие эффекты в сфере профессиональной деятельности.

Так, следствием коммуникативного образования, построенного на принципах структурного функционализма, является формирование таких профессиональных компетенций, которые позволяют профессионалам формулировать «внутренний план» коммуникативной ситуации и «внедрять» его в жизнь, отслеживая в последствии соответствие практического внедрения плану, корректировать ситуацию в соответствии с идеальной для коммуникатора моделью и т.д. Фактически речь идёт о формировании специалистов в области менеджмента коммуникации, главной задачей которых является формировать такую социальную действительность, которая отражала бы некоторый идеальный план. Реализация проектов в области коммуникативных технологий – это главная цель специалистов, прошедших профессиональную подготовку в «структурно-функциональном ключе».

Это, безусловно, важная цель в области системного (стратегического) управления. Но в то же время эти компетенции в меньшей мере позволяют профессионалу учитывать конкретный контекст коммуникации, динамичные «настроения» аудитории, представления адресата об адресанте и т.д. Издержками такого подхода является, например, представление журналиста о своём тексте как непосредственном факторе радикальных изменений в сознании аудитории; рекламиста – о линейной, прямой связи между рекламным сообщением и потребительским действием адресата; PR-специалиста – о группах общественности как «материале» реализации PR-проекта и т.д. Эффекты внедрения такого подхода очевидны:

- позиционирование себя как более опытного, компетентного и грамотного, чем аудитория, участника коммуникации;
- монологичное и авторитарное отношение к адресату;
- ориентация на конечный продукт – например, на текст, а не на возможные его трактовки аудиторией;
- нежелание учитывать мнение общественности или заказчика и прогнозировать возможные, в том числе, «неудобные» реакции со стороны реципиентов.

В свою очередь, построение коммуникативного образования на принципах интеракциональной парадигмы имеет несколько отличные от структурно-функционального подхода следствия в профессиональной деятельности. Основным «эффектом» интеракционалистски ориентированного образования является формирование не столько *менеджеров* коммуникационных процессов, сколько специалистов в области *посреднической* коммуникативной деятельности. Бесспорно, создание условий взаимовыгодного взаимодействия и построение гармоничной среды (стратегическая цель деятельности PR-специалистов) предполагает реализацию управленческих решений. Однако природа этих решений лежит не в области идеального плана коммуникатора («как того хочет заказчик»), а в «поле» реального взаимодействия и системы реальных «диспозиций» (П. Бурдые) участников коммуникации («как того требуют все те, кто вовлечен в коммуникацию»). Как утверждает А.В. Полонский, «совокупность устойчивых особенностей этого порядка формируется в процессе типизации и конвенционализации социальной коммуникации, то есть коллективного согласования, направленного на выработку принципов, или регламента объективации смысла и обмена им» (Полонский 2012).

Интеракциональная парадигма коммуникативного образования ориентирует на подготовку не столько «*социальных инженеров*», сколько «*социальных медиаторов*», ставящих своей главной задачей не реализацию кабинетно разработанных проектов, а поиск креативных решений в уникальных ситуациях. В этой связи еще одно следствие реализации этого подхода в системе коммуникативного образования – это именно поиск PR-специалистами взаимовыгодных решений, а не воздействие на целевую аудиторию или таргет-группу. Удовлетворение амбиций и интенций заказчика в таком контексте отходит на второй план – точнее, становится важной задачей, только если оно способствует созданию комфортной и гармоничной среды взаимодействия компании и её адресатов. Ключевыми ценностями такого рода профессиональной деятельности становятся ценности не пропагандистского менеджмента, а социальной интеракции и консенсуса.

Если с общегуманистической и демократической точки зрения эти стратегические установки не вызывают сомнения, то в плане их практической реализации возникает ряд вопросов, связанных, главным образом, с технологией реализации интеракционалистской парадигмы в коммуникативном образовании: что должен делать преподаватель в аудитории, чтобы у студентов оказались сформированы профессиональные установки, соответствующие интеракционалистским требованиям?

Отечественная наука и дидактика уже имеет некоторый опыт концептуализации и организации подобного рода обучения. Речь идёт, главным образом, о школе коммуникативной дидактики В.И. Тюпа (Тюпа 1997), наработках О.И. Матьяш (Матьяш 2004), опыте коммуникативного образования Ю.Л. Троицкого (Троицкий 2010), научно-исследовательском и дидактическом опыте Центра проблем развития образования Белорусского государственного университета (А.А. Полонников, А.М. Корбут, Т.В. Тягунова и др.). Суммируем некоторые из

разработанных указанными авторами положений, дополнив их собственными тезисами.

Во-первых, организация интеракционно-ориентированного коммуникативного образования предполагает обучение не только и не столько «правильному» (конвенциональному, принятому в качестве допустимого или обязательного в определенной дискурсной среде) выражению мыслей, сколько навыкам понимания высказываний, образов, концептов, текстов в широком смысле. При этом важным является развитие своего рода «контекстной чувствительности» интерпретатора, при которой понимание характеризуется не просто более или менее точной идентификацией намерений говорящего, но и условий, обстоятельств, среды «говорения».

Во-вторых, интеракционалистские образовательные тактики ориентируют учащихся на восприятие коммуникатора не как своего рода абсолюта, не как того, кто вас не слышит, а как полноценного участника диалога, способного изменить свое мнение и свои решения под влиянием ваших коммуникативных действий. Эта необходимость в значительной степени обусловлена требованиями гражданского общества, построенном на принципах информационной и коммуникативной открытости и отказе от вертикальных односторонних коммуникаций. На эту образовательную установку особое внимание обращает О.И. Матьяш, которая обосновывает необходимость развития и продвижения в образовательном коммуникативном пространстве идей коммуникативного и дискурсного конструирования власти в противовес идеям власти как онтологической данности, как коммуникативного «гегемона» и абсолюта (Матьяш 2011).

В-третьих, интеракционалистская практика коммуникативного образования предполагает ориентацию дидактических усилий не столько на производство текстов в соответствии с более или менее широкими нормами текстотворчества, сколько на живую речь участников коммуникации и реальные («актуальные») практики диалога. Смещение акцентов с «внутриязыковых» и «внутритекстовых» параметров коммуникации на живые ситуации общения позволяет ориентировать будущих специалистов по социальным коммуникациям на более «чувствительное» восприятие всех участников коммуникации, на производство равноправных отношений в коммуникативных ситуациях разного рода.

В-четвертых, из предыдущей характеристики вытекает требование развития умений ориентироваться на конкретную аудиторию, строить конструктивный диалог, адекватно реагировать на коммуникативные действия собеседника, а не только умений правильного (конвенционального) говорения.

В-пятых, особое значение имеет развитие навыков будущих специалистов по коммуникациям не только выражения собственных идей и реализации внутреннего ментального плана, но и формулирование запросов, адекватных особенностям аудитории. К сожалению, монологический, авторитарный менеджериалистский подход к работе с аудиторией оставляет за пределами внимания «практики запроса», отдавая при этом приоритет проектному управлению коммуникационной деятельностью, реагированию на запросы со стороны аудитории, «учёта особенностей аудитории» (за этой формулировкой фактически

скрывается требование некоторой коррекции коммуникационной кампании в соответствии с социально-демографическими признаками адресата). Очевидно, что монологически настроенные PR-менеджеры в меньшей степени обучены инициировать свободное выражение оценок, мнений и точек зрения представителями целевой аудитории.

В-шестых, важным представляется обучение новейшим коммуникационным технологиям, которые по определению построены на принципах интерактивности, диалога, информационной открытости и гипертекстуальности – на принципах, обуславливающих в первую очередь взаимодействие, а не воздействие.

Литература

1. Биби Стивен А. Обучение ценностям через содержание предмета «Коммуникативные исследования» // Сибирь. Философия. Образование. Альманах. 2000. Вып. 4. С. 77–93.
2. Герасимова В.А., Корбут А.М., Король Д.Ю., Полонников А.А., Тягунова Т.В. Коммуникативный ландшафт образования. – Минск: БГУ, 2007.
3. Кашкин В.Б. Трансляционная или интеракционная модель коммуникации: что лучше? / Режим доступа: http://conf.sfu-kras.ru/conf/communication-2012/report?memb_id=4383
4. Корбут А. М. К процедуре коммуникативного поворота образования // «Коммуникативный поворот» современного образования. Сб. науч. статей. – Мн.: Пропилеи, 2004. – С.24-48.
5. Короченский А.П. Демократизация медиадискурса: благо или угроза? // Журналистика в мире политики. Гуманистическое измерение. – СПб: СПбГУ, 2007. – С.69-80.
6. Матяш О.И. Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование // Теория коммуникации & прикладная коммуникация. Вестник Российской коммуникативной ассоциации, выпуск 2 / Под общей редакцией И.Н. Розиной. – Ростов н/Д: ИУБиП, 2004. – С. 103-122.
7. Матяш О.И. Коммуникативное образование. – Режим доступа: <http://polit.ru/article/2011/08/10/communication/> (10.08.2011).
8. Матяш О.И., Биби С.А. Коммуникативное образование в России: история и современность // Сибирь. Философия. Образование. – 2003. – Выпуск 7. – С. 60-76.
9. Петрова Г.И. Роль образовательных инноваций в модернизации современного образования // Модернизация школьного образования: опыт, проблемы. Томск: STT, 2006. Вып. 3. С. 5–14.
10. Полонников А.А. "Иконический поворот": образовательные стратегии и альтернативы // Высшее образование в России, 2013. - № 6. – С. 127-136.
11. Полонский А.В. Медиа – дискурс – концепт: опыт проблемного осмысления // Современный дискурс-анализ. – Белгород, 2012. – № 6. – Режим доступа: <http://discourseanalysis.org/ada6/st43.shtml>
12. Троицкий Ю.Л. Событие как образовательная стратегия // Новые ценности образования. - 2010. - Т. 43. - № 1. - С. 76-83.
13. Троицкий Ю.Л., Корчинский А.В. Мастерская «Текст: стратегии чтения» // Новый филологический вестник. - 2010. - Т. 15. - № 4. - С. 130-134.
14. Тюпа В.И. Онтология коммуникации // Дискурс. Новосибирск, 1998. - № 5/6. - С. 5–20.
15. Тюпа В.И. Три кита коммуникативной дидактики // Дискурс. Новосибирск, 1997. - № 3–4. Режим доступа: <http://www.nsu.ru/education/virtual>